传统电视媒体与新媒体的融合发展探索
——短视频的制作与传播

严寒梅
（中央广播电视总台技术局，北京 100089）

摘　要：随着互联网技术的发展，新型媒体应运而生。“短视频”作为互联网新媒体的一种视频形式，在近些年呈现出了迅猛的发展势头。相较于传统的电视媒体，新媒体短视频无论是在内容、制作技术、传播方式等方面，都发生了很大的变化。传统媒体电视人，需要及时转换思路，将新媒体短视频的创作和传播方式融入到传统媒体中，结合自身的优势，走出融合媒体的发展道路，为传媒未来的发展提供更加广阔的空间。

关键词：传统电视媒体；新媒体短视频；制作内容；制作方式；传播方式　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）08-062-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.017
本文著录格式：严寒梅 . 传统电视媒体与新媒体的融合发展探索——短视频的制作与传播 [J]. 中国传媒科技，2021（08）：62-64.

导语

随着互联网技术的崛起，新媒体的发展呈现出不可抵挡之势。人们获得和传播信息的途径变得越来越多元化。日常生活需要的信息和娱乐资讯可以通过各种新媒体客户端轻松获取。这种变化的发生对传统媒体产生了不小的冲击，传统媒体面临着来自新型媒体的严峻挑战。

为了应对这种挑战，传统电视媒体需要将新媒体的形式和传播方式借鉴并融合，结合自身的优势，发展出适应当下媒体环境的新模式。如何将传统电视媒体与新媒体的优势进行共融，使单一媒体的竞争力变为多种媒体结合的竞争力，[1] 是未来传统电视媒体行业在发展过程中需要考虑的方向，是电视人需要摸索和开拓的全新领域。只有找到适合自身的发展模式，顺应新时代下媒体的发展趋势，才能有效拓宽传统电视媒体在未来媒体大环境中的发展空间。

如何将传统电视媒体与新媒体更好地融合，发展出更加适合信息传播的媒体形式，本文将从新媒体短视频的方向对传统媒体和新媒体的融合发展进行探讨。

1. 传统电视媒体和新媒体的特点分析

1.1　传统电视媒体的特点

传统电视媒体的发展时间较长，拥有比较广泛的群众基础，形成了自身比较稳定的发展模式。内容生产力强，质量高，专业度和社会性高，制作流程化，标准统一化。传播方式则更多的是单向的，线性的，互动性较低。[2]

1.2　新媒体的特点

新媒体将媒体的社会属性进行了强化和放大。传播方式也变为了双向的互动模式。“个人”作为独立单元，参与并主导信息的比例增加。终端播放平台多，覆盖面广。内容更加个性化，形式更加灵活多变。信息更新速度快，具有更强的用户针对性，视频可以无限循环播放。[3] 同时，新媒体也存在信息冗余，内容同质化严重，视频质量参差不齐，零碎化，不便于管理等问题。

2. 传统电视媒体与新媒体短视频的融合发展

2.1　传统电视媒体与新媒体短视频融合后在内容方面的变化

2.1.1　内容“短”而数量“多”

“短视频”的出现，最早是在 1895 年，卢米埃尔兄弟制作并放映了 10 部一分钟左右的短片，从此开启了真正的影像时代。历史在不断的重复，在 100 多年后的今天，“短视频”又重新回归到了大众的视野。如果说 100 多年前的短视频制作是因为拍摄条件和技术的限制，那么，当今这次短视频形式的重新开启，就是互联网、大数据、5G、云计算、AI 等高科技生活方式催生下的产物了。在人们的时间变得越来越碎片化的当下，“短视频”的回归有着时代发展必然性，“简短”而“高效”成为当下信息传播的特色之一。时长“短”了，内容上才更容易做到直奔主题，一目了然，容易理解。很符合当下社会人们快节奏获取信息的特点。[4]

人们对新事物的接受过程分为“认识”—“熟悉”—“习惯”—“认可”几个阶段。将相关内容的短视频进行大量的输出，可以不断强化观众对这一短视频相关内容的接受程度。每一条短视频都拥有相似的结构形式，接近的风格，相关联的情节内容。以此来吸引特定的受众群体，逐渐形成符合自身内容定位的传播范围。

2.1.2 制作内容兼具“特色”和“互动性”

“短视频”彰显出了“内容为王”的重要性，内容赋予了传播载体全部的意义。相对于外在的形式来说，内容更加是一个视频的核心所在。[4]缺少了内容这个内核，再炫酷的形式都会略显空洞和乏味。在信息爆炸的互联网环境下，受众对内容可以进行自由的选择，对内容质量的挑剔程度也与日俱增。短视频的灵活性、互动性、多样性，以极其容易形成内容冗余的特点，决定了其在内容规划上，尽量做到垂直细分领域上的“精准性”和“特色性”。定位好短视频的“特色性”，才能够使其从数量繁多的视频中脱颖而出，形成深刻的记忆点，成功吸引到人们的目光，聚拢人气，达到良好的宣传效果。

人们的认知，来自于与外界的信息互动，通过接收外界的信息，改变自身原有的认知，进而对自己的思想以及行为进行调整，以便更好地和外部世界进行互动。短视频的特点，使其在信息传播的“交互性”上，可以得到更多更好的发挥。例如，可以设置悬念，提出问题，回复问题，留言互动等，通过这些内容的加入，来吸引观看者积极参与其中。具备良好互动属性的内容能够更好地激发观看者的热情，吸引观看者的注意力，提高参与的意愿，从而使得“传播”的本质能够得到更好发挥。

2.2 与新媒体短视频融合后在制作技术方面的变化

2.2.1 视频的画面质量

相较于传统的电视节目，短视频的长度一般在 5 分钟以内，虽然时长短，但是在制作的精良程度上，却丝毫没有降低标准。网络互联时代，由于短视频的传播具有多样性，制作门槛低，可操作性强等特点，容易导致视频质量参差不齐的现象发生。所以，短视频制作的质量高低成为了该视频能否脱颖而出，成功吸引观看者注意力的重要因素之一。

传统的电视媒体，在节目素材的储备和质量上，在清晰度和色彩还原度方面，相较于一些短视频平台用手机以及其他各种设备拍摄的画面，都有着很大的优势。投放到平台上播放，可以呈现出很好的视觉效果。将视频质量高标准，统一化，有利于制作和上传的短视频拥有更好的完整性和专业性。

2.2.2 与新媒体短视频融合后在后期制作方面的思路转换

短视频相较于传统电视节目，在制作中有着更为灵活的一面。由于网络传播的受众多以年轻人为主，所以在短视频的制作形式上，更加要求具有活泼、幽默、个性化的特点。另外，因为短视频的长度问题，在后期制作中，也存在不少的制约因素。

2.2.2.1 画面节奏感的把控

相较于传统的电视节目，短视频在画面节奏感的处理上要求更高，要尽量做到不拖沓。首先是内容选择方面，短视频因为总时长比较短，需要表达的内容又相对完整，所以在素材的选择上，需要简单明了。其次是在镜头的衔接上，在上一个镜头与下一个镜头之间，可以选择快速切换的方式，每个镜头在完整表达意思的基础上尽可能不要太冗长。在镜头之间要利用好转场特效进行衔接和过渡。总之，在保证内容表达清楚，逻辑清晰的基础上，视频剪辑要尽量体现出节奏感，让观看者不容易产生视觉疲劳，有兴趣继续看下去。

2.2.2.2 字幕

相对于传统的电视节目，新媒体短视频的字幕形式有了更多的创新和改变，字幕的呈现效果变得更加生动和有趣。在短视频中加入形式多样的字幕，不仅可以对视频的内容起到提示作用，还可以增加视频的可看度、活泼度。有效吸引观看者的注意力，使用得当，会起到画龙点睛的作用。

2.2.2.3 音乐和音效

影视是一门视觉加听觉的艺术。无论是传统电视节目还是新媒体短视频，音乐和音效都是不可或缺的组成部分。音乐和音效的加入，能够增加整个视频的生动性，更好地带出节奏感，将信息更加有效的传达给观看者，激发观看者的情绪体验，将观看者代入到特定的情境之中，形成强烈的共鸣。音效的加入还可以起到对内容的提示作用，在一些内容的节点上，可以起到情绪的转折作用。在短视频的制作中，音乐和音效的选择非常重要，需要根据视频内容的不同来进行搭配。好的配乐，既提高了节奏感，又增加了趣味性，能有效地吸引观看者的注意力，对短视频的制作和传播起到事半功倍的效果。

2.3 与新媒体短视频融合后在传播方式上的变化

和传统电视节目相比，短视频的传播方式也发生了很大的改变，这种改变主要体现在以下几个方面。

2.3.1 借助于网络平台的多渠道传播

随着互联网的飞速发展，人们接收信息的方式已经不仅仅局限于电视媒体和广播媒体。手机端的各类App、短视频平台、社交软件等层出不穷，人们的选择更加多元化，不再受时间和空间的限制，可以根据自己的习惯，随时随地接收喜欢的信息。

同一条视频内容，可以通过不同的渠道进行投放，根据不同渠道点击率的反馈结果、数据统计，对传播途径进行分析和规划，以达到最佳的传播效果。传统电视媒体需要积极整合自身的资源和优势，和多种渠道建立

合作关系，开发出自己的短视频 App 平台，在做好内容生产的同时，积极开发更加多元化的传播渠道。

2.3.2 互动性增强

传统的电视节目，观众只是信息的被动接收者，无法积极参与其中，进行有效的互动。新媒体短视频在传播方式上最显著的变化之一，就是互动性的大大增强。视频内容上传到相关的播放平台上，即时就可以收到来自于观看者的反馈，视频制作者可以根据反馈，随时对相关的内容进行调整，[5] 从而生产出越来越符合市场需求的短视频节目。信息的双向传输、高度参与性，从根本上，提高了媒体传播的高效性、精准性、话题性。对媒体未来的发展很有益处。

2.3.3 传播时效性增强

在传统媒体时代，报纸需要编辑和印刷，电视台的节目需要较长时间的策划和制作，这样就使得信息的传播有着某种程度的延后。而新媒体短视频的两个重要特点，能够很好地保证其传播的时效性。首先，新媒体短视频的诞生依托于互联网的发展，互联网的传输特质决定了新媒体信息的传播速度。无论在哪个地方发生了新闻事件，即时就可以进行制作发布，在网络上看到相关的报道。其次，短视频由于时长较短，内容简明，制作方便，很容易实现新闻的快速响应，很好的保证了节目内容的时效性。

3. 如何更好地实现传统媒体与新媒体的融合发展

3.1 加大新媒体相关课程的培训力度

在新媒体时代，海量的信息资源、高效的传播速度和令人愉悦的互动模式都为人们带来了全新的体验。而传统的信息传播模式已经很难适应当下人们多元化的需求。传统电视媒体工作者需要及时转换思路，在转型的路上不断的进行摸索，以适应互联网模式下的媒体发展新形式。加大新媒体相关课程培训的力度，能够帮助传统电视工作者高效的掌握新媒体相关知识和最适合当下媒体环境的运营理念，从认知到实操，快速提高对新媒体制作和传播的掌握程度，完善相关方面的专业度。

3.2 内容上做好自身的定位

为了与新媒体更好的融合发展，传统电视媒体在内容方面既要做到创新，又要做到在创新的基础上，利用自身的优势，找准自身的定位。电视媒体发展至今，经历了漫长的岁月，在这个过程中，积累了大量内容优质，质量上乘的素材，底蕴相当丰厚。拥有这些资源是传统电视媒体的优势所在。

如何发挥这种独特的优势，将自身资源最大化的利用，是传统电视媒体工作者需要认真思考的问题。面对竞争激烈的媒体环境，将自身积累的内容优势与新媒体形式相结合，制作出高水平、高质量，又符合自身特色的视频内容，是传统媒体走出适合自身发展道路的重要一环。

3.3 提高后期制作技术

后期制作技术是将素材的画面和声音进行专业的加工，用多样化的制作手段为视频内容添加不同的效果，满足观众对感官享受的需求，完成信息的传递。有效的提高新媒体短视频制作技术，开发更加多样化的制作手段，加入更加丰富的制作元素，是电视工作者需要学习和提高的方向。制作出质量更加优良的节目，能够在未来的媒体大环境中脱颖而出，成功的走出传统媒体与新媒体的融合发展之路。

结语

新媒体时代，传统媒体面临着巨大挑战的同时，也迎来了重新整合再发展的新机遇。电视媒体工作者，要积极学习和探索新媒体的制作技术和传播方式，适应新媒体的发展思路，与自身优势相结合，走出传统媒体与新媒体的融合之路，将传统媒体带向更加广阔的发展空间。媒

参考文献

[1] 蔡雯 . 融媒体建设与创新 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2020.

[2] 苏哲，董仲秋 . 新媒体时代传统电视媒体的困境与转型思路研究 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：44-46.

[3] 匡文波 . 新媒体概论（第三版）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2019.

[4] 田宇 . 媒介融合视域下电视产品的生产策略研究 [D]. 济南：山东师范大学，2020.

[5] 刘亚兰 . 传统媒体客户端短视频内容生产研究 [D]. 长沙：湖南大学，2018.

作者简介：严寒梅（1983-），女，北京，工程师，中央广播电视总台技术局，研究方向：传统媒体与新媒体的融合发展。

（责任编辑：胡杨）